

# Alkoholipolitiikan keinot ja päämäärät



TUUKKA TAMMI

YP:n tämän vuoden volyyminumero on 80. Alkanut vuosi on siis lehden kahdeksaskymmenes. Nykyisen nimensä ja huomattavasti laajentuneen aihepiirinsä Yhteiskuntapolitiikka sai vuonna 1998, mutta sitä ennen lehti oli ehtinyt toimia jo vuodesta 1936 ensin Alkoholiliikkeen aikakauskirja -nimellä ja sittemmin Alkoholipolitiikka-nimellä aina vuoteen 1997.

Lueskelin vuoden 1936 ensimmäistä lehteä, jonka pääkirjoitus oli otsikoitu ”Tehtävämme”. Kuinkas muuten. Tuossa kirjoituksessa hahmoteltu alkoholipolitiikan perusjännite istuu hämmästyttävän hyvin myös meidän päiviimme. Aikakauskirjan vastaavan toimittajan Roope Tuhdin pääkirjoitus alkaa nimittäin näin: ”Tuskinpa minkään yhteiskunnallisen kysymyksen ratkaisulle asetettavasta päämäärästä vallitsee niin suuri yksimielisyys ja päämäärään johtavista keinoista niin suuri erimielisyys kuin on asianlaita alkoholikysymyksen suhteen.”

YP julkaisee edelleen paljon alkoholitutkimusta. Ei ole liioittelua todeta, että se on alkoholi- ja muun päihdetutkimuksen tärkein artikkelimuotoinen julkaisukanava Suomessa. Kuitenkin niin, että nykyään päihdetutkimus solahtaa luontevasti muun hyvinvointitutkimuksen sekaan: alkoholitutkimus ei ole muusta yhteiskuntatutkimuksesta erillinen saareke, kuten takavuosisikymmeninä tuntui joskus olevan.

Tässä lehdessä ilmestyy Tomi Lintosen, Pia Mäkelän, Janne Härkösen ja Kirsi-marja Raitasalon analyysi ”Tulevat sukupolvet eivät ole raitistumassa”. Suomalaisen juomatavoissa on tapahtunut 1960–1970-luvulta alkaen isoja muutoksia: raitius on vähentynyt ja alkoholin säännöllinen juominen on lisääntynyt.

Myös nuorten juomatavat ovat vuosikymmenten saatossa muuttuneet, ja muutokset ovat olleet jossain määrin erilaisia kuin aikuisväestössä. Lintosen ja kumppaneiden käyttämä aineisto on 1970-luvun lopulla alkanut Nuorten terveystapatutkimus. Sen mukaan ensimmäiset kaksi vuosikymmentä nuorten juominen pääpiirteissään yleistyi, mutta 2000-luvun kehitys on kulkenut raittiimpaan suuntaan.

Siirtyvätkö sitten nuorten aiempaa siivommat juomatavat aikuisikään? Tutkijaryhmä toteaa, että täysi-ikäisyyteen saavuttaessa eroa muihin syntymäkohortteihin ei enää ole. Juomisen aloitusikä on myöhentynyt, mutta sitten kun juominen täysi-ikäisyyden rajalla alkaa, se on yhtä yleistä kuin aiemmilla syntymäkohorteilla. Myös humalajuominen.

Varhaisen alkoholinkäytön aloitusiän tiedetään ennustavan monia, sekä välitömiä että pitkäaikaisia haittoja. Siksi juomisen aloituksen myöhentyminen on myönteistä. On mahdollista, että alaikäisten itselleen ja muille aiheuttamat haitat vähentyvät. Julkisessa keskustelussa esitetty toiveikkuus tulevasta raittiista sukupolvista ei kuitenkaan saa tukea syntymäkohorttien juomatapojen tarkastelusta

kuluneiden 36 vuoden ajalta. Vaikka alaikäiset nuoret juovat 1970- ja 1980-lukujen syntymäkohortteja vähemmän, 18 vuoden iässä juominen on yhtä yleistä ja humalapitoista kuin aiempina vuosikymmeninä. Nuorten naisten juomatavat ovat muuttuneet jopa humalahakuisemmiksi kuin aiemmin. Kulttuuri ei siten ole muuttunut vähemmän humalaa suosivaan suuntaan.

Alaikäistenkin kohdalla on siis muistettava, että vaikka kehitys on ollut myönteistä, toive siitä, että alkoholin juominen ei kuulu alle 18-vuotiaiden elämään, on vielä kovin kaukana todellisuudesta: 16-vuotiaista raittiita on edelleen vain joka neljäs.

\*

Samasta jännitteestä kuin vuoden 1936 pääkirjoituksen aloituksessa voi nähdä olleen kyse myös viime syksyn ”viskigatessa”, jossa nettikansa nousi vastustamaan sittemmin virheellisiksi osoittautuneita absurdeja viranomais määräyksiä; etteivät kansalaisetkaan enää saisi käyttää alkoholinimiä sosiaalisessa mediassa ja julkisessa tilassa.

Viskigaten yleisenä taustana olivat alkoholimarkkinointiin tämän vuoden alusta voimaan astuneet tiukennukset, joita on perusteltu nimenomaan lasten ja nuorten juomisen vähentämisellä ja juomisiän myöhentämisellä; kansainväliset tutkimukset kun ovat osoittaneet, että alkoholimainonta vaikuttaa vahvimmin juuri nuoriin. Eduskunta hyväksyi helmikuussa 2014 alkoholilain muutoksen, jonka uudet rajoitukset koskivat mietojen alkoholijuomien mainontaa: television osalta mainonnan aloittamisaika myöhennettiin iltayhdeksästä iltakymmeneen, radiomainonnalle asetettiin samat aikarajat, ulkomainonta julkisilla paikoilla kiellettiin, kuten myös kaikenlaiset kilpailut ja kuluttajien tuottaman aineksen hyödyntäminen nettimainonnassa. On huomattava, että viskigaten aikaan kylläkin sovellettiin vielä vanhoja, vuodelta 1994 peräisin olevia säännöksiä, joiden mukaan ”väkevän alkoholijuoman mainonta, epäsuora mainonta ja muu myynninedistämis-toiminta on kielletty” eli viskigatella ei suoraan ollut tekemistä uusien rajoitusten kanssa.

Kun moni lakimuutosta vain hieman aiemmin puoltaneista poliitikoista kuitenkin heittäytyi viskigaten myötä katuvasen sääntelykriittiseksi, niin ehkä kyse oli juuri siitä, että he eivät olleetkaan hyväksyneet keinoja, vaan päämäärän.